

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: X200441005

UDC _____

廈門大學

碩 士 學 位 論 文

对中国第三方物流业竞争力的研究

The Competition Research of Chinese Third-part Logistics

Industry

作者姓名: 李琴

指导教师姓名: 刘龙政 副教授

专 业 名 称: 产业经济学

论文提交日期: 2007 年 10 月

论文答辩时间: 2007 年 月

学位授予日期: 2007 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2007 年 月

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。
本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。

2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月 日

摘 要

随着中国经济的高速增长和加入 WTO,许多企业的物流职能从企业组织中剥离出来使企业专心提高自身的核心竞争力,将物流业务释放给第三方物流企业,这为中国第三方物流业带来巨大的发展契机。

第三方物流(TPL)产业是一个新兴产业,在中国第三方物流业处于起步阶段,面对国内物流市场的对外开放,我国第三方物流业面临行业割据、服务经营水平差,基础设施与装备落后、人才缺乏等问题,要想在国内激烈的市场竞争中站稳,并走出国门参与国际物流市场竞争,这要求我国第三方物流业采取必要的措施提高自身的竞争力。本文的目的就是要找出制约我国第三方物流业竞争力的各种因素,进而提出提高我国第三方物流业竞争力的思路。

本文首先在基础理论部分阐述国内外对第三方物流的理解,其次阐述产业竞争力、波特竞争优势理论,对第三方物流产业进行界定,分析了我国第三方物流业发展状况及发展特征,运用 SWOT 法分析我国第三方物流业面临的优势、劣势、机会、威胁,找出中国第三方物流业竞争力要素的直接来源为营销策略中的市场细分、市场定位、产品、价格、渠道、促销六个因素;影响因素包括政府行为、产业集群、企业战略联盟、企业战略与竞争状况、信息技术、人才六个因素;我国第三方物流业竞争力的决定因素是核心能力和创新水平。文中根据 SWOT 分析构建中国第三方物流业竞争力要素图,提出要提高第三方物流业竞争力,在宏观环境中政府要重视和加强引导,合理有效地推进产业集群,企业间加强战略联盟,注重人才培养和信息技术建设;微观上主要分析了第三方物流企业营销力,主要是提高服务能力、创新能力,降低物流成本,找准市场定位,灵活运用市场营销组合策略中的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略,来提高中国第三方物流企业的竞争能力,从而提高整个产业的竞争力。

本文的关键点在于运用了 SWOT 分析方法分析竞争力因素,将企业竞争力与产业竞争力相结合,将企业竞争力的研究思想与研究方法运用到产业竞争力中。主要不足是理论分析不够深入与全面,数据的技术处理能力较弱。

关键词: 第三方物流; 竞争力; 市场营销

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

With high growth of Chinese economy and joined WTO, many enterprises' logistics functions come off its organization. It makes enterprises concentrating on improving core competition. It brings huge development opportunities for the third-part logistics industry.

The third-part logistics (TPL) industry is an emerging industry, and Chinese third-part logistics industry is at the start stage. As domestic market of TPL opening to the outside world, our TPL enterprises are facing with the problems of separatist regime, low level of service management, lag infrastructure and the equipment, lacking of talented person and so on. In order to make a steady domestic market and take part in international logistics market competition, it requests our logistics industry to take the essential measures to enhance our own competition. The goal of this article is to discover the factors that restrict competition of Chinese third-part logistics industry, and then to propose the measures to enhance competition of our third-part logistics industry.

This article first elaborates on the basic theory of comprehensions of domestic and foreign third-party logistics. Next elaborates on industry competition, Porter's competitive advantage theory and defines logistics industry. Then analyzes development condition and the development characteristics of Chinese third-party logistics industry. Analyzes the strengths、Weaknesses、Opportunities and threats on third-party logistics by using the SWOT method to discover the direct origin of essential factor of Chinese third-party logistics industry which includes element of market segmentation, market positioning, product, price, place, promotion. The indirect origin of essential factor of competition includes elements of government behavior, industrial clusters, strategic alliances, organization and competition condition, cultivating talents, information technology. The finally origin includes the core ability and the technological innovation level. The competition's essential factors of Chinese TPL industry basing on SWOT analysis, propose that enhancing competition of the third-party logistics industry requiring the government to have to pay attention to the guidance in the macroscopic environment, the reasonable industrial agglomeration, the measures of the strategic

alliances among enterprises. On microscopic this article mainly analyzes the third-party logistics enterprises should enhance their own marketing. They can mainly sharpen the service ability, innovation ability, reduce the TPL cost, look for the accurate market positioning, flexibly apply combined strategy of marketing which includes product strategy, price strategy, place strategy, promotion strategy to enhance Chinese third-party logistics Enterprises' competitive ability。

This article's key point lies in: utilizing the SWOT analysis method to analyze factors of competition, combining macroscopic and microscopic. The main insufficient are lack of depth of theory and ability of data processing.

Key words: the third-part logistics; competition; marketing

目 录

第一章 导 论	1
1.1 研究背景与选题说明	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 选题说明	2
1.2 研究意义与研究方法	3
1.2.1 研究意义	3
1.2.2 研究方法	4
1.3 论文框架与内容说明	4
1.4 创新与不足	5
第二章 理论基础与文献综述	7
2.1 第三方物流的理论	7
2.1.1 对第三方物流的理解	7
2.1.2 我国第三方物流企业的形成	8
2.1.3 第三方物流产业的界定	9
2.2 有关产业竞争力的理论	10
2.2.1 产业竞争力的内涵与界定	10
2.2.2 产业竞争力的基础理论	11
2.2.3 企业竞争力理论	12
第三章 我国第三方物流业发展状况与特征	14
3.1 第三方物流业发展状况	14
3.1.1 中国第三方物流快速增长	14
3.1.2 企业物流分离外包速度加快	15
3.1.3 业务创新成为第三方物流业新的利润增长点	15
3.1.4 第三方物流市场竞争国际化	15
3.1.5 第三方物流业发展的政策环境进一步改善	16
3.2 我国第三方物流业发展特征	16

3.2.1 传统物流企业向现代第三方物流转变	16
3.2.2 第三方物流业发展区域化	17
3.2.3 第三方物流市场细分与整合并存	17
3.2.4 第三方物流发展朝社会化、个性化、信息化、电子化发展	18
3.2.5 第三方物流服务全球化	18
3.3 运用 SWOT 分析法分析我国第三方物流业竞争状况	19
3.3.1 优势 (strengths)	19
3.3.2 劣势 (weaknesses)	22
3.3.3 机会 (opportunities)	25
3.3.4 威胁 (threats)	26
第四章 对中国第三方物流业发展环境的分析	28
4.1 构建我国第三方物流业竞争力的框架	28
4.1.1 第三方物流业竞争力要素	28
4.1.2 构建竞争力要素框架	28
4.2 创造我国第三方物流业的发展环境	30
4.2.1 政府要重视和加强引导第三方物流业的发展	30
4.2.2 推进产业集群	32
4.2.3 建立第三方物流企业战略联盟	33
4.2.4 信息技术建设	35
4.2.5 大力加强第三方物流理论研究和专业人才的培养	36
第五章 提升我国第三方物流业竞争力的途径	38
5.1 提高我国第三方物流业的服务能力	38
5.1.1 注重“以客户为本”提高服务质量	39
5.1.2 采用先进技术	40
5.1.3 对物流过程进行有效的监测	41
5.1.4 强化增值服务	41
5.2 提高我国第三方物流业的创新能力	42
5.2.1 观念创新	43

5.2.2 技术创新	43
5.2.3 管理创新	43
5.2.4 学习创新	44
5.3 降低我国第三方物流业的成本.....	44
5.3.1 物流成本特征	45
5.3.2 采用合理途径降低第三方物流成本	45
5.4 提升我国第三方物流业的营销力.....	47
5.4.1 市场细分策略	47
5.4.2 第三方物流业的市场定位	48
5.4.3 市场营销组合策略	49
结 论	55
参考文献.....	57
致 谢	59

Contents

Chapter 1 Introduction.....	1
1.1 Research Background and Explanation of Elected Topic.....	1
1.1.1 Research Background	1
1.1.2 Explanation of Selected Topic	2
1.2 Research Significance and Research Techniques	3
1.2.1 Research Significance	3
1.2.2 Research Techniques	4
1.3 Paper Frame and Content Explanation	4
1.4 Innovations and Insufficiency	5
Chapter 2 Rationale and Literature Summary	7
2.1 Theory of Logistics (TPL)	7
2.1.1 Understanding of TPL	7
2.1.2 The Formation of TPL Enterprises' in China.....	8
2.1.3 Definition of Third-party Logistics Industry	9
2.2 Theory of Industrial Competition	10
2.2.1 Industrial Competition Connotation and Limits.....	10
2.2.2 Basic Theory of Industrial Competition	11
2.2.3 Enterprise Competition.....	12
Chapter 3 Development and Characteristics of Chinese TPL Industry....	14
3.1 Development of TPL Industry	14
3.1.1 Chinese TPL Grows Quickly	14
3.1.2 Outside Wraps and TPL Separation Speeds Up.....	15
3.1.3 The Service Innovation Becomes the TPL Enterprise New Profit Point of Growth	15
3.1.4 Globalization of TPL Market.....	15
3.1.5 Development Policy Environment of TPL Industry Further Improves	16
3.2 Development Characteristics of Chinese TPL Industry.....	16
3.2.1 Traditional TPL Enterprises Turn to Modern TPL Enterprises	16
3.2.2 Development to Compartmentalization of TPL Industry	17
3.2.3 Market Subdivision and Integration of the TPL Exist Alongside.....	17
3.2.4 The Tendency of TPL Development to Socialization, Personalization,	

Informationization, and Computerization.....	18
3.2.5 TPL Service's Globalization.....	18
3.3 Analyzes Chinese TPL Competition Condition Using The SWOT Analytic	
Method	19
3.3.1 Strengths	19
3.3.2 Weaknesses	22
3.3.3 Opportunities	25
3.3.4 Threats	26
Chapter 4 Analysis to Development Environment of TPL Industry	28
4.1 Constructs the Frame of Chinese TPL Industry Competition	28
4.1.1 Essential Factor of Competition	28
4.1.2 Constructs the Frame of TPL Competition.....	28
4.2 Build Chinese TPL Industry Development Environment	30
4.2.1 The Government Should Create Good Condition for the TPL Enterprises to Promote the Competition on Strengthening the Guide of TPL Industry	30
4.2.2 Promoting the Industrial Colony	32
4.2.3 Establish TPL Enterprises' Strategic Alliance	33
4.2.4 Information Technology	35
4.2.5 Strengthens the TPL Fundamental Research and Professionals' Raise	36
Chapter 5 The Way to Promote Chinese TPL Industry Competition..	38
5.1 The Improvement of Sharpens Chinese TPL Industry's Service.....	38
5.1.1 The TPL Enterprises Need to Pay Great Attention to Customer and Take the Customer as this to Enhancement their Service	39
5.1.2 Improving TPL Service Level by Using Advance Technology	40
5.1.3 The Effective Monitor to the Logistics Process	41
5.1.4 Strengthening Value-added Service	41
5.2 Enhancing Innovation of Chinese TPL Enterprises	42
5.2.1 Idea Innovation	43
5.2.2 Technological Innovation	43
5.2.3 Managemental Innovation	43

5.2.4 Study Innovation.....	44
5.3 Reducing Our Country TPL Industry Cost	44
5.3.1 Characteristics of Logistics Cost.....	45
5.3.2 Reducing TPL Cost in Reasonable Way	45
5.4 Promoting the Marketing of Chinese TPL Enterprises	47
5.4.1 The Market Segmentation Strategy.....	47
5.4.2 TPL Enterprises' Market Positioning Strategy	48
5.4.3 Marketing Mix Strategy.....	49
Conclusions	55
Reference	57
Thanks	59

第一章 导 论

现代物流被认为是企业降低成本的“第三利润源”，在发达国家，物流产业被认为是国民经济发展的动脉和基础产业，其发展程度成为衡量一国现代化程度和综合国力的重要标志之一，被喻为促进经济发展的“加速器”。物流发展到一定阶段必然会出现第三方物流，第三方物流是物流专业化、社会化的重要形式。西方国家的物流业实证分析表明，独立的第三方物流业至少占物流业的 50% 时，物流产业才能成熟与壮大，第三方物流的发展程度反映和体现着一个国家物流业发展的整体水平。第三方物流的发展对物流产业发展具有重大意义，第三方物流想在激烈的竞争中发展壮大，就必须要提高自身的竞争力。本章内容将阐述对我国第三方物流业竞争力的研究背景、选题意义、研究方法、论文框架及论文的创新与不足。

1.1 研究背景与选题说明

1.1.1 研究背景

20 世纪 80 年代以来，随着全球市场竞争的加剧，西方一些发达国家掀起了企业回归主业、集中核心业务的浪潮，第三方物流应运而生。欧洲在 1996 年企业使用第三方物流服务的比例为 76%，九成以上的企业对第三方物流持肯定态度，第三方物流发展较成熟。同一时期美国的使用比例已达到 58%，而其需求仍在增长。与国际上第三方物流的迅速发展相比，中国的第三方物流无论理论研究还是实践探索都与发达国家存在较大差距，因此，有必要对我国第三方物流业的相关理论进行探讨，找出提升我国第三方物流业竞争力之路^[1]。

中国政府非常重视物流的发展。2005 年 10 月，党的十六届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》要求促进服务业发展。该建议指出：制定和完善促进服务业发展的政策措施，大力发展金融、保险、物流、信息和法律等现代服务业，运用现代经营方式和信息技术提升传统服务业的服务水平，发展竞争力较强的大型服务企业集团。这是党的文件首次把“物流”作为产业提出，并明确列为要大力发展的现代服务业。十届全国人大四次会

议通过的《国民经济和社会发展第十一个五年计划纲要》也列入了“大力发展现代物流业”的内容，把现代物流业和交通运输、金融服务、信息服务、商务服务等一起作为要拓展的“生产性服务业”，提出了发展的思路与重点。政府把物流提到产业高度，希望物流企业发展竞争力较强的大型服务企业集团，让物流产业更好地服务国民经济，为国民经济建设做出更大的贡献，而要推动中国物流产业的发展，首先要推动中国第三方物流业的发展。

1.1.2 选题说明

国际上系统地进行物流理论研究始于 20 世纪 60 年代左右，20 世纪 90 年代中期，第三方物流的概念才开始传到中国，而在中国系统地对第三方物流业的竞争力进行研究的还较少。

在理论研究方面，尽管中国近几年来第三方物流研究逐渐成为热点，公开发表的第三方物流研究论文和专著陆续出现，涌现出一些研究成果，但数量还很少，而且主要集中在概念、性质、重要性、基本策略等方面的浅层表述，基本上还处在翻译、消化、应用国外相关成果这样的水平。有的是直接翻译国外文献介绍国外的第三方物流概念和技术，有的是写文章介绍国外第三方物流典型案例等，在我国尚没有一个成熟的第三方物流理论体系，特别是把我国第三方物流作为产业来研究其竞争力的就更少。

在实践探索方面，尽管随着“物流热”的兴起，中国第三方物流得到长足发展，既有量的增加，涌现出许多物流企业；又有质的提高，出现了中远集团、中外运集团、宝供物流集团那样既有规模又有效益的物流企业。但从整体上看，中国目前的第三方物流企业基本上是以原有的物资流通企业为主，大部分第三方物流企业是改造或转型而来，带有很强的计划经济色彩；而新成立的第三方物流企业大部分规模小，市场份额不高，与国际物流企业比较还存在巨大差距，竞争力较低。我国第三方物流产业的基本构成单元——第三方物流企业的竞争力低直接导致我国的第三方物流产业的竞争力处于低水平状态。

就中国市场需求而言，美智公司 2002 年中国第三方物流市场调查显示，中国 2002 年与物流相关的总支出有 19000 亿元人民币，物流成本占 GDP 的比重为 20% 左右，2002 年至 2006 年，我国 GDP 连续高速增长，由此带来的第三方物流市场需

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库